作る人と使う人の共用品情報誌

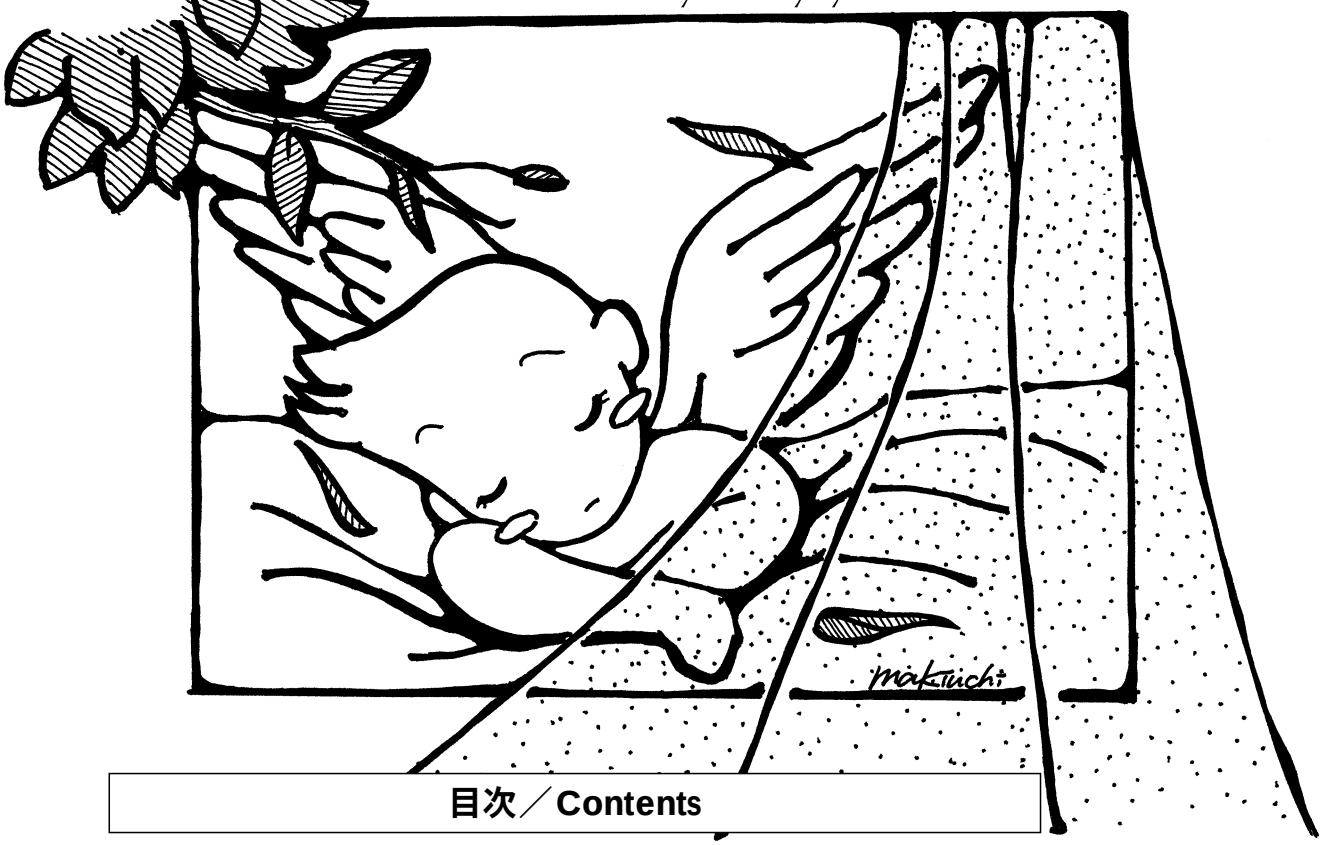
2000（平成12）年5月25日

インクル

第6号

財団法人 共用品推進機構
〒101-0064
東京都千代田区猿楽町
2-5-4 OGAビル 8階

"Incl." by The Kyoyo-Hin Foundation



（イラスト：牧内　智子）

目次／Contents

- **新連載・米国バリアフリー報告 ── 共用品を支えるサービスとハート**
  第１回「共用タクシー」同乗体験記（草地美穂子）…… 2
- **ワイド特集：ミレニアム共用品３５選**
  「バリアフリーの新世紀」拓く新製品・新サービス
  ── 家電、住設機器、ITなどニューフェース続々 …… 4
- **ISO、「共用品の国際標準化」の展望**
  来春にもガイドライン最終案を提示へ ── 菊地眞・防衛医大教授に聞く …… 11
- **シリーズ・Kyoyo人　第３回**
  長島　純之さん（㈶共用品推進機構評議員）…… 13
- **寄稿・今すぐできる「FD版書籍」の作り方（下）**
  ── 販売・販促方法の工夫と課題（屋田悟郎）…… 14
- **キーワードで考える共用品講座**
  第６講：共用品の発展段階（後藤芳一）…… 16
- **ニュース＆トピックス**
  ［共用品推進機構］子どもたちに届けたい「バリアフリー学習絵本」（森川美和）…… 17
  ［法人会員］静岡県、誰にとっても分かりやすい「封筒」…… 18
  ［個人会員］アクセシビリティガイド実行委員会、駅・交通機関をネットで調査
  ［東京会議］９９年度活動報告会を開催、初のパネルセッション形式 …… 19
  ［事務局長だより］会議、会議に明け暮れて、1年目から２年目へ（星川安之）
- **『インクル』からのお願い** …… 20

財団化
1周年
記念号

財団法人 共用品推進機構

米国 バリアフリー 報告

共用品を支えるサービスとハート

「共用タクシー」同乗体験記

第1回

草地 美穂子（在サンフランシスコ、カリフォルニア州立大学在学中）

アメリカでも特に進んだバリアフリー社会のモデルといわれるサンフランシスコから、共用品の普及を促すさまざまなサービス（システム）とハート（人々の障害者観）のあり方についてレポートする。第1回は移動・交通手段へのアクセスについて。

アメリカには、公共交通機関での移動が困難な高齢者・障害者のために、「パラトランジット(paratransit)」と呼ばれるドア・ツー・ドアの補助交通システムがある。公共交通機関が自社所有のリフト付きバスを運営する場合もあれば、タクシー会社などと契約を結び、利用者に割引券を提供する場合もある。タクシーには普通のセダン型とスロープ付きのワゴン型がある。

どれを利用するにしても、①障害がある、②その障害のために一般の交通機関を利用することが不可能である――ことが利用者の条件になっている。

先日、サンフランシスコ（以下SF）の友人のブルース・岡さんを訪ねて、一緒にスロープ付きワゴンタクシーに乗ってみた。岡さんは脳性まひのために車いすで生活している日系3世だ。

サンフランシスコだけでも1万3000人が利用

予約時間きっかりに呼び鈴が鳴る。岡さんが電動車いすを操作して1階の自室から外へ出ると、運転手がワゴン車側部中央のドアを開けてスロープ板を設置していた。走行中は内側にたたんでしまえるようになっている。岡さんは慣れた様子でその坂をするする上がって車に乗り込み、右折して助手席におさまった。

運転手は車いすを所定位置にしっかり固定したのを確かめると、ドアを閉めて運転席に戻り、タクシーメーターを作動させた。この間約2、3分。同じ動作を何十回となく繰り返したのだろう、2人の連携はきわめてスムーズだった。

パラトランジット利用者の受給資格審査を請け負う会社によると、現在SFでは約1万3000人の高齢者・障害者がこのシステムを利用している。近くのバス停まで1人で安全に行くことができない肢体不自由者、視覚障害者、痴呆症の人などが主な利用者

■スロープ付きタクシーに独力で乗り込むブルース・岡さん（右）。左は運転手のポールさん（撮影：草地美穂子）

■座席の後ろにある締め具もしっかり留める（撮影：草地美穂子）

だが、リフト付きバス、スロープ付きタクシー、普通タクシーのいずれの方法を利用しても、公共の交通機関の運賃と変わらぬよう値段が設定されている。だから、最も高いタクシーでも9割引の料金で乗れる。

「障害があるためにバスに乗れないのはその人個人の問題でなく、すべての人に平等にサービスを提供できないバス会社の責任」という発想がこのシステムの原点で、SFでは1978年に導入された。

「思いやりドライバー養成コース」を受講

導入されたのは、障害者に優しい乗り物だけではない。リフト付きバス、スロープ付きタクシーなど特別仕様車を運転するには「思いやりドライバー養成コース」を受けなければならない。6～8時間の集中コースで、車いすの種類、種別に応じた座席固定の方法、さまざまな障害者に対する応対のマナーなどを指導される。

実は前述の岡さんは、SF公共バス会社からの要請を受け、1982年からこの養成コースの講師をしている。「障害者のニーズの隅々まで理解できる優良ドライバーになると、利用客から指名がかかる」と岡さんは言う。かくいうこの日の運転手、ポールもそういう1人で、岡さんとは7年来の付き合いだ。出動して30分もたたないうちに6件の予約が入った。

「みんなぼくの携帯電話の番号知ってるからね」とポール。実は彼自身もダウン症とてんかんのある障害者で、この道10年、スロープ付きタクシーの運転一筋である。「車いすを安全に固定してから運転するにはちょっと余計に時間がかかるけど、その分お客と話ができたり、顔を覚えてもらったりして楽しいことも多いよ。顧客が多いからストレスも少ないしね」と笑った。

SFには現在50台のスロープ付きタクシーが走っている。人口の多いニューヨークよりも20台多いのだが、「障害者のニーズを満たすには、全タクシー台数の10％に当たる140台まで増やすのが目標」と岡さんは言う。

会社側が台数増加を渋るのは仕様車の生産コスト

■目的地に着き、車を降りる岡さん（上）。運転手のポールはレストランのドアを開けたり、介助もする（下）（撮影：草地美穂子）

が割高（普通車の1.6倍）だからだが、「障害者が乗らない時は8人乗りの共用タクシーになるんだから、増やしたって無駄にはならないよ。家でじっとしてられないから、周りが何かしてくれるのを待っているのではなく、これからもわれわれ障害者のニーズを公共交通機関や行政に訴え続けていくよ」と岡さんは目を輝かせた。

草地美穂子さんはご自身も聴覚障害のある留学生で、東京の大手新聞社勤務を経て、現在はカリフォルニア州立大学サンフランシスコ校でリハビリテーション・カウンセリングを専攻しています。E＆Cプロジェクト編『バリアフリーの店と接客』（日本経済新聞社）でも、米国の実情をリポートしていただきましたが、今号から当地の最新バリアフリー事情を連載していただくことになりました。ご期待ください。

ワイド特集

ミレニアム共用品

35選

「バリアフリーの新世紀」拓く新製品・新サービス

── 家電、住設機器、ITなどニューフェース続々

介護保険制度がスタートし、
交通バリアフリー法が成立した2000年春。
誰もが暮らしやすいバリアフリーの21世紀の実現に向けて、
産業界も本格的に動き出した。
「共用品・共用サービス市場」は今まさに、離陸期を迎えた。
家電、住設機器、IT（情報技術）関連分野をはじめ、
あらゆる業種業態で新製品・新サービス・新ビジネスが続々と登場している。
本誌に届いた中から、29社35商品を一気に紹介しよう。　（高嶋　健夫）

■掲載企業一覧（掲載順）
松下電器産業／TOTO／INAX／三洋電機／シースター・コーポレーション／メルコム／大活字／日本経済新聞社／サンテック／高広工業／タイセイ／／イクトモ／テクノスジャパン／サカイ・シルクスクリーン／サンユー／東興水産／アメディア／ハリソン／ウエルハーモニー／三木章刃物本舗／マイコム／椿本チエイン／アイシン精機／ハセベ／吉川機械工業／サン・ビーム／松下電工／花王／トミー

「光る表示」の炊飯器とジャーポット 松下電器産業、6月1日に同時発売

松下電器産業は6月1日、炊飯器、ジャーポット、オーブンレンジの3つの新型調理機器を同時発売する。炊飯機器事業部、電化調理事業部、電子レンジ事業部など関連4事業部が掲げる「コンビニグルメ」の共通コンセプトの下にそれぞれ開発してきたもので、新しい加熱方式の採用など、いずれも「おいしさ」という調理器の本質的機能を追求したとしている。同時に、99年度の共通コンセプト「高齢者配慮」の設計思想を踏襲、見やすい文字表示、大きな操作ボタンなどを採用している点も特徴だ。

このうち、IH（電磁誘導加熱）方式のジャー炊飯器「SR-HGA」シリーズ（＝写真上）は文字が光るコース表示を採用したほか、従来品に比べ液晶画面を30％大きくして、文字も35％拡大。さらに9つあった操作キーを6つに減らして、操作性を改良した。

浄水ジャーポット「NC-JC」シリーズ（＝写真下）では、ジャーの注ぎ口とその下の注ぐ場所を照らす「光る注ぎ口＆スポットライト」、視認性を高めて残

湯量を確認しやすくした「赤いボール入り水量計」などを採用している。標準価格は、炊飯器が6万5000円（1リットル炊き）、6万8000円（1.8リットル炊き）。ジャーポットが2万4000円（3リットル）、2万6000円（4リットル）。オーブンレンジ「NE-JW2」が8万2000円。

■問い合わせ先：松下電器産業㈱電化・住設社炊飯機器事業部企画部（TEL：0795-42-7003）

簡単に着脱できる高機能バスグリップ TOTOが7月1日に発売

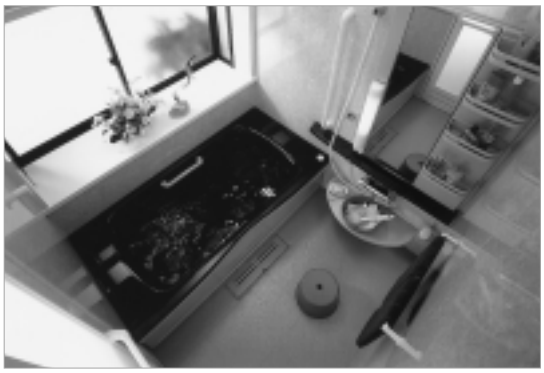
TOTOは取り付け工事が要らない高機能バスグリップ「PCF100」(＝写真)を7月1日に発売する。昨年10月の国際福祉機器展に参考出品、好評だったもので、突っ張り固定式で浴槽の両ふちに取り付ける伸縮構造の「水平手すり」と、90度ごとに向きを変えられる「U字型グリップ」がセットになっている。標準価格は3万9800円。

グリップは浴槽への出入りに、水平手すりは湯船で体を沈めたり、立ち上がったりする時に使う。浴槽ふちの「またぎ」や浴槽内での立ち座りなど、入浴時に使用者にかかる負担と危険を軽減、高齢者でも1人で比較的安全に入浴できるとしている。

オプションとして、増設用のU字型グリップ単品(1万2000円)、水平手すりに取り付ける移乗台（1万8000円）を用意している。

■問い合わせ先：TOTOレプリス商品企画部
（TEL：03-3595-9499）

戸建て住宅用の普及型バリアフリー浴室 INAX、「いいばす」で新規需要開拓



INAXは戸建て住宅用のバリアフリーバスルームの新シリーズ「いいばす(e-bath)」を市場投入する。4月に防水パン一体型の「ここち浴」を発売したのに続き、6月21日には浴槽置換型の「びゅーばす」（＝写真）を発売する。標準価格（工事費別）は「ここち浴」が65万8000円～、「びゅーばす」が69万8000円～で、初年度販売目標は両シリーズ合計で4万台。

主な特徴は①入り口段差を20ミリ以下に設定、②ドアの有効開口650ミリを確保、③腰を下ろして浴槽に入れる移乗スペースを設定――など。

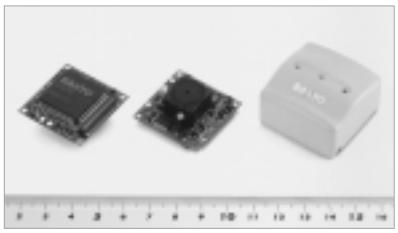
同社は昨年10月に、中・高級価格帯の戸建て住宅用バリアフリーバスルーム「i-bath」を発売しており、今回の普及価格帯での新製品投入で、ラインナップが整うことになる。

■問い合わせ先：㈱INAXお客様相談室
（TEL：0120-1794-00）

浴室用の動き検知センサーを開発 三洋電機、事故防止など用途探る

三洋電機は浴室内での溺死（できし）や転倒事故などを予防するための動き検知センサー（＝写真）を開発した。CCD（電荷結合素子）を使い、浴室内の人の動きを画像としてではなく、メッシュ状の明るさと色の情報として検出、時間の経過などから浴室内の人の動きを判別する。今秋にもサンプル出荷を始める。

同社によると、浴室内で溺死する人は年間2823人もいて、このうち84％の2372人が65歳以上の高齢者という（平成10年度厚生省「人口動態統計」）。このため、同社では今後、温度に影響されない非接触型の小型軽量センサーである特色を活かし、音声メモリーによる警告メッセージの発信、電話回線と結んだ外部への通報システムなど具体的な用途開発を図り、実用化を推進する考えだ。



■問い合わせ先：三洋電機㈱研究開発本部
ハイパーメディア研究所ディスプレイシステム研究部
（TEL：06-6900-3525）

障害者・高齢者など限定のプロバイダー事業 シースター・コーポレーション、低料金に設定

光学式センサー・同制御装置開発のシースター・コーポレーション（山藤清隆社長）は5月15日から、障害者、高齢者、医療福祉関係者に会員を限定したインターネットプロバイダー事業を始めた。NTT東日本系のプロバイダーと提携して、月額1250円で使い放題という完全固定制の低料金を実現したのが最大の売り物だ。

名称はウエルフェアサービスプロバイダー「ライフネット」。アクセスポイントは全国に約130カ所。月額使用料のほかに入会金が1500円かかるが、5月中に申し込めば1000円になる。会員には、福祉機器や福祉制度に関する質問に同社の福祉機器営業部門の専門スタッフが電子メールで無料で答えるサービスを提供するほか、宅配便で送られたパソコンをセッティングして返送する有料サービス（1台5000円、送料別）も実施する。

同社は得意のセンサー技術を、福祉機器市場で展開することに力を入れている。最近では独自開発の分離型磁気センサーを組み込んだALS（筋萎縮性側策硬化症）患者向けの意思伝達装置「伝の心」を日立製作所と共同で開発、販売しているほか、座面昇降型電動車いす「ローバー」、聴覚障害者用通信装置「どこでもFAX」、聴覚障害児のための声と言葉の練習機「あいちゃんのて」など新製品を相次いで発売している。

今回のプロバイダー事業は、障害者や高齢者を会員として組織化することで自社製品の販路拡大を図るとともに、ネットを活用したアンケートやモニタリング調査などでニーズを探り、今後の製品開発に結びつけようという戦略的狙いを持っている。

■問い合わせ先：
㈱シースター・コーポレーション
（ホームページURL：http://www.sea-star.com
TEL：03-5430-3700　FAX：03-5430-2633）

デイジー対応のカナダ社製CD読書機 メルコム、「ピッポッパロット」新機種も発売

音声認識装置販売のメルコム（渡邊嘉也社長）は、録音・編集ソフトの国際規格、DAISY（デイジー：デジタル音声情報システム）に準拠したCDブック読書機「ビクタリーダー」（＝写真）を一般向けに販売開始するとともに、音声電子手帳「ピッポッパロット」のニューモデルを発売した。

「ビクタリーダー」はカナダ・ビジュエイド社製で、標準価格は5万5000円。デイジー対応の読書機はこれまで国産のプレクスター社製だけだったが、それと比較して高額な半面、重量は充電池込みで約1キロと軽量で、携帯性に優れているという。

デイジー規格では1枚のCD-ROMに最大53時間の音声を録音できるため、視覚障害者用の新しい読書機器として期待されている。すでに全国の点字図書館で2500タイトル以上のCDブックが制作されているほか、昨年12月には花王が自社商品情報と生活情報を14時間半に録音・編集した『商品と暮らしの花王ボイスガイド』を視覚障害者向けに無料提供するなど、利用範囲も広がりつつある。

一方、声で操作する自動ダイアル機能付き音声電子手帳として、視覚障害者向けにヒットした「ピッポッパロット」の新機種「MK（マーク）2」は、フラッシュメモリーの採用によって、電話帳の記憶容量を旧モデルの5倍以上に向上、最大650人分まで登録できるようにしたのが最大の改良点。価格は4万9800円で、旧モデルより約8％上がった。

■問い合わせ先：㈱メルコム（TEL：03-3835-3751
FAX：03-3835-3930）、
花王㈱広報センター（TEL：03-3660-7057）

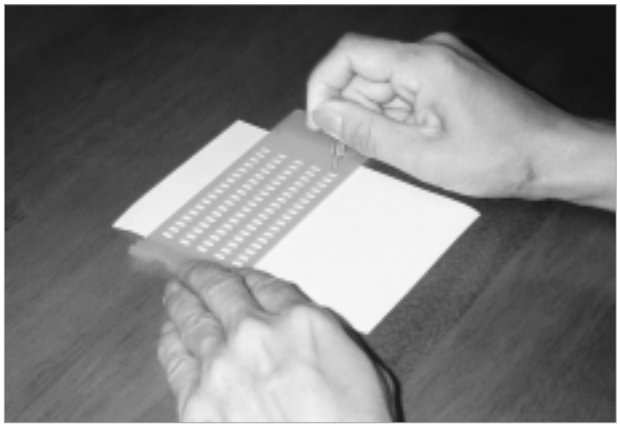
名刺に点字が打てる「カラー点字プレート」大活字が発売、点字の名札「ブレイル」も

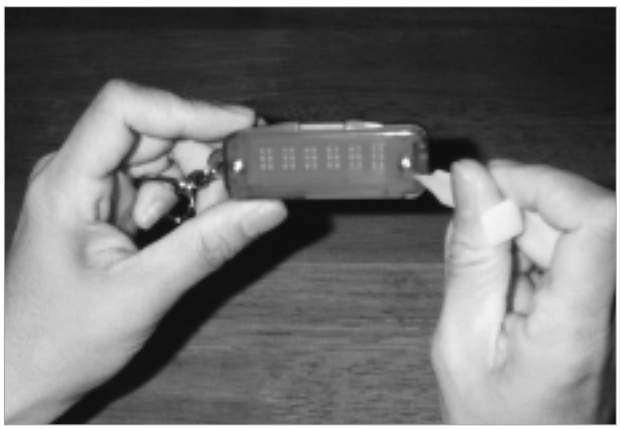
大活字本の専門出版社の大活字（市橋正光（いちはしまさるつ）社長）は、初心者にも使いやすい簡易点字盤「カラー点字プレート」（＝写真上）と、キーホルダー型の点字ピン表示器「ブレイル」（＝写真下）を発売した。

「カラー点字プレート」は、5行×17マスの携帯型の点字盤で、使わない時は点筆をプレートに固定できるようになっている。色は青、赤、透明、オレンジの4色があり、簡単解説付きの点字表とセットで980円（消費税込み）。

一方、「ブレイル」はちょうど印鑑入れくらいの大きさのキーホルダーで、重さは30グラム。6マス分の点字ピンが埋め込まれていて、専用の点筆で裏面から好きな字を打ち出す。名前を打ってバッグなどに付ければ、「点字のネームプレート」になる。書き直す時は消去ボタンを押すと、リセットされる仕組み。価格は600円（税込み）。

同社では視覚障害者はもちろん、点訳ボランティア、初めて点字を勉強する人、総合的学習の時間で点字に挑戦する小学生など幅広い需要を想定、「地味な盲人用具というより、共用品的に販路を広げたい。普段接する機会がない人が点字に親しむきっかけになれば」（市橋社長）としている。



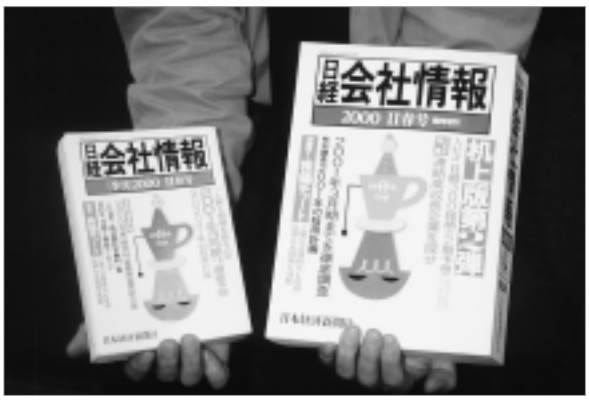


■問い合わせ先：㈱大活字
（TEL：03-5282-4361　FAX：03-5282-4362）

『日経会社情報』に“大判”が登場！活字の大きさは約15倍の10ポイントに

日本経済新聞社が年4回発行している株式情報誌『日経会社情報』に、2000年新春号からサイズが従来の2倍の大活字版（＝写真右）が登場した。「字が小さくて読みにくい」という高齢の読者などからの要請に応えたもので、これまでは「机上版」と呼んでいたが、6月19日発売の2000年夏号からは「大判」の愛称を用いてさらに売り出していく予定だ。

通常版の『会社情報』は小B6判で、活字の大きさは7ポイント(コメント部分)。これに対して、「大判」の方は週刊誌と同じB5判で、活字はほぼ10ポイント。内容は通常版の中身はすべて収録しているほか、日経300銘柄の2期分の予想など大判のみの記事も入っている。価格は通常版が1650円、大判が2400円（いずれも消費税込み）。



望月均（もちづきひとし）編集長によると、大判は60歳代以上の男性投資家などを中心に売れているそうで、「書店での陳列場所の確保など流通・営業政策上は課題もあるが、安定した商品に育てたい。CD-ROM版などとともにニーズに応じて使い分けていただければ」としている。

■問い合わせ先：日本経済新聞社出版局編集部
（TEL：03-5255-2806　FAX：03-5201-7505）

高齢者・障害者用品の即効型販売促進支援事業

共用品的マーケティングで販路を拡大

ATCエイジレスセンターが実施

福祉機器ビジネスの最大の課題といえる「流通・販促対策」について、実務に精通した福祉機関や流通業界の専門家らがそれぞれの製品・サービスごとに実践的なテクニック、ノウハウを提供して、売り上げアップを支援――。ATCエイジレスセンター（大阪市）は「高齢者・障害者の即効型販売促進支援事業」を実施した。

中小企業総合事業団の新規成長産業連携支援事業として今年2月までの5カ月間、公募方式で名乗りを上げた18社が参加して実施。10人の専門家で構成する事業支援委員会（委員長・後藤芳一日本福祉大学兼任講師）が合計4回にわたって各企業ごとに具体的な広告・販促戦略についてのコンサルティングを行った。

参加18社の取扱商品は、各種車いす・同部品、昇降ベッドなどの福祉・介護機器、システムキッチン、防水安全マットなど住宅関連設備・同用品、ステッキなどの日用品・自助具、さらには衣料品、食品まで多彩だったが、共通点は「共用品としての売り方」を強く意識していたこと。特定のマーケットに限定せずに、市場を幅広く捉え、新しい需要層をいかに掘り起こしていくか」といった議論が何回も繰り広げられた。

18社の取扱商品の概要は以下の通り（順不同）。

●室内用電動チェア「サンムーバ」（＝写真左ページ左）

360度回転したり、縦、横、斜めと自由に移動できる。通常の電動車いすの動作モードにも設定できる。価格は48万5000円～。㈱サンテックM&C事業部（TEL：052-582-3833　FAX：052-582-3837）

●室内用木製車いす「サンビークルII」（＝写真左ページ中）

在宅介護用に、家具などと調和する材質、デザインを採用。一般の車いすより操作性がよく、小回りが利く。価格は15万3000円。㈱サンユー営業部（TEL：052-361-7547　FAX：052-361-7549）

●警報器付き腕時計「腕時警」

腕時計と一体になっている警報装置。万一の時は8時の位置のボタンを押せばアラームが連続1時間鳴り続け、150メートル先でも聞こえる。㈱マイコム（TEL：0426-51-7552　FAX：0426-51-1275）

●車いす用マルチブレーキ

バンドレバーを上げ下げして、「上り前進」「上りバック防止」「下り前進」「パーキング」の4モードに対応する。6月発売予定。高広工業㈱製造部（TEL：052-811-3116　FAX：052-821-1929）

●レンジ用調理済み食品「煮魚名人」（＝写真左ページ右）

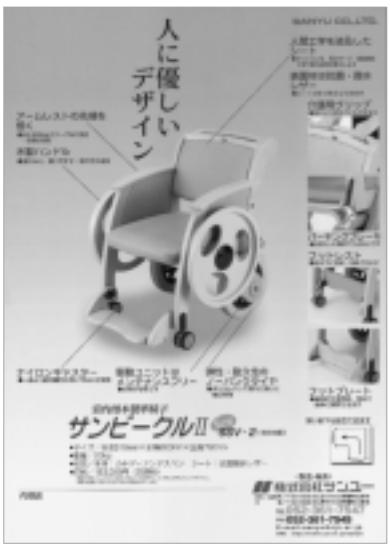
冷凍のまま電子レンジにかけて3分30秒で煮魚ができる調理食品で、添加物は使用していない。埋めれば土に戻る独自開発のパルプ製容器を使用。東興水産㈱（TEL：0193-42-5001　FAX：0193-42-7666）

●電動昇降型「お多助キッチン」

作業台の高さが67～85センチの間で自由に設定できる。電磁調理器を標準装備。間口幅1.5、1.8、2.1メートルの3タイプ。㈱椿本チエイン京都工場SB事業部（TEL：075-954-1130　FAX：075-954-1139）

●防水安全マット「ソフティ」（＝写真右ページ左）

EVA素材を使用。適度なクッション性があり、表面には特殊加工を施してあり、汚れを拭き取れるなど、手入れが簡単なのが特徴。㈱タイセイ福祉事業部（TEL：078-643-3315　FAX：078-691-



8627）

●音声読書機「ヨメールEZ（イージー）」（＝写真右ページ中）

ガラス面に印刷物を置き、ボタンを押せば、合成音で読み上げる。その内容はフロッピーに保存でき、モニターに拡大表示も可能。㈱アメディア営業企画部（TEL：03-5286-7511　FAX：03-5286-2567）

●車いす用電動パワーユニット

手動車いすに後から装着する電動ユニット。1回の充電で10キロの走行が可能。最高速度は時速6キロ。希望価格は25万円。アイシン精機㈱事業企画室（TEL：0566-24-8882　FAX：0566-24-8859）

●「らく楽グリップ」「らくちん棒」

モップ、スコップ、くま手といった清掃用具、土木・園芸道具などの柄の部分に取り付ける補助グリップ。㈲イクトモ（TEL：0794-82-1066　FAX：0794-82-1009）

●「すこやか靴下」（＝写真右ページ右）

大東紡の防縮加工「E-WOOL」を使用した療養靴下。抗菌・防臭効果があり、ゴムなし設計なのでむくみの心配もない。価格は1600円。㈱ハリソン健康事業部（TEL：0794-28-0150　FAX：0794-28-3015）

●「ひょっこり杖」

柄をS字型にねじれた形状にしたことで、従来のJ字型の杖に比べ、体を保持しやすくなった。地面に落とした時は足で踏んで杖を起き上がらせることができる。㈲ハセベ（TEL＆FAX：045-335-0432）

●脳波スイッチ「MCTOS（マクトス）modelDX」

脳波などを額に付けたセンサーで感知し、電気信号に変換してコミュニケーション装置などを操作する重度障害者のためのスイッチ。㈱テクノスジャパン（TEL：0792-88-0995　FAX：0792-88-0969）

●箸（はし）ホルダー「はさめーる」

握り箸にならないように、独特なグリップ形状によって、それぞれの手や身体の状態に合わせて調整できる自助具。㈱ウエルハーモニー（TEL：0792-64-5534　FAX：0792-64-5574）

●脱衣用電動昇降ベッド

ベッド面を片側に折り畳める電動ベッド。場所をとらず、介護施設の脱衣場、公共トイレのおむつ交換用ベッドなどに活用できる。吉川（よしかわ）機械工業㈱営業室（TEL：093-883-0884　FAX：093-883-0908）

●「サスミック・ノア福祉サイン」

ステンレスホーローサイン。視覚障害者が触知することができる地図などの公共サインで、音声装置を付けることもできる。㈱サカイ・シルクスクリーン（TEL：0776-61-6336　FAX：0776-61-6850）

●「おいしい包丁」

手が不自由な人でも使いやすいようにグリップの位置や形状を工夫した包丁。同様のコンセプトの「身楽流木彫セット」もある。㈱三木章刃物本舗（みきしょう）（TEL：0794-82-1832　FAX：0794-83-2983）

●「GINZA（ギンザ）ステッキ」

東京・渋谷（しぶや）のステッキ専門店「チャップリン」のオリジナル商品で、おしゃれな色柄が売り物。約20センチに5つ折りにできるタイプもある。サン・ビーム㈱（TEL：03-5454-1431　FAX：03-5454-2431）

■問い合わせ先：ATCエイジレスセンター

（TEL：06-6615-5123　FAX：06-6615-5240）

共用品も販売する直営介護ショップ 松下電工、川崎・新丸子にオープン

昨年9月からフランチャイズチェーン（FC）方式で介護ショップをチェーン展開している松下電工は、川崎市・新丸子に100％出資子会社の松下電工エイジフリーケア川崎が運営する「エイジフリー介護チェーン新丸子」をオープンした。東日本では初の直営ショップとなる。

同店は「元気商店」をコンセプトに、介護住宅へのリフォームの設計・施工、介護用品の販売・レンタルなどFC共通事業のほか、介護保険制度による川崎市の指定支援事業者として、ケアプランの提案・作成、在宅介護サービスの提供などを手がける。

同時に、日常生活や外出を楽しく、快適にするさまざまな共用品を販売する。デザイン性の高い杖、脱着しやすい服など、家電製品、日用雑貨、衣料品、キッチン用品、スポーツ用品を幅広く扱っている。

所在地は東急東横線新丸子駅に近い、中原区新丸子町648-1。店舗面積は66平方メートルで、営業時間は午前9時半～午後6時（日曜・祝日定休）。

■問い合わせ先：松下電工エイジフリー介護チェーン新丸子（TEL：044-739-4481）

片手でも使える化粧水ボトル第2弾 花王、「カリテ　ライトニングシリーズ」

花王は、20～30歳代をターゲットにしたセルフ化粧品「カリテ」に、スキンケア用の新しい「ライトニングシリーズ」を加え、販売を始めた。「ライトニング化粧水」（＝写真左）と「ライトニング保湿液」の2品目で、化粧水→保湿液の順に使う。

このうち、化粧水の容器は、同じ「カリテ」シリーズの旧製品（化粧水）用に開発された「バンドラップ型」を踏襲して採用している。これは、片手でふたを開け、そのままコットンに化粧水を含ませることができる同社独自の機構で、「だれにとっても使いやすい共用品発想のボトル」として好評だったものだ。

希望小売価格は化粧水（200ミリリットル入り）、保湿液（150ミリリットル入り）とも、1500円。

■問い合わせ先：
花王㈱消費者相談センター（TEL：03-5630-5030）

ファービーベイビー誕生に寄せて――トミーに届いた電子メール

人気の電子ペット「ファービー」の赤ちゃん版である「ファービーベイビー」（＝写真、希望小売価格3200円）がトミーから発売された。ファービーは要介護のお年寄りや自閉症児らの「心のリハビリ」にも一役買っている。同社のホームページに寄せられた老人デイサービス施設に勤務する茨城県の33歳の女性の電子メールを紹介しよう。

「……ファービーの楽しさをお年寄りにも、とご対面。最初のリアクションは目を大きくして驚くばかり。でもすぐに大きくなった目は三日月になり、いつもは声を出さないお年寄りがファービーと話したくて、私たちも聞いたことのない大きな声を出したり、顔の表情が明るくなったり、会話をしたりと大好評です。1日25人の相手にファービーも大忙し。ファービーもこんなに構ってくれる人ができて、喜んでいるんじゃないでしょうか……」

■問い合わせ先：
㈱トミー共用品推進室
（TEL：03-3693-8651
FAX：03-5698-3736）

ISO、「共用品の国際標準化」の展望

来春にもガイドライン最終案を提示へ

菊地（きくち）　眞（まこと）・防衛医大教授に聞く

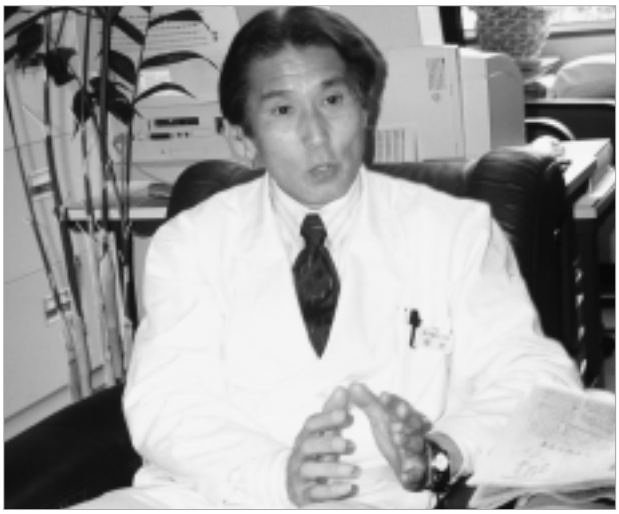
ISO（国際標準化機構）による共用品・共用サービスの国際規格の検討作業が、新段階を迎えた。基本理念に当たる「政策宣言（policy statement）」がほぼまとまり、いよいよ製品・サービス・環境の技術指針となる「ガイド（guide）」作りが本格化する現段階で、議論の場がこれまでのCOPOLCO（コポルコ：消費者政策委員会）から、技術の専門家を加えたTMB（技術管理評議会）へと、事実上格上げされることが決まった。

この措置により、今後の国際規格作りはどのように展開されるのか。具体的なガイドラインが提示されるまでの日程はどうなるのか。これまでコポルコ会議の議長として各国間の意見・利害調整に当たり、引き続きTMBでも取りまとめ役を務める菊地眞・防衛医科大学教授に聞いた。　（高嶋　健夫）

――まず、これまでの経緯を簡単に振り返っていただきたい。

菊地　1998年5月にチュニジア・チュニスで開かれた第20回ISOコポルコ総会で、日本が高齢者や障害者に配慮した製品・サービス・環境の国際規格を設けようという提案を行い、「高齢者・障害者ワーキンググループ（WG）」を設置し、日本が議長国となって作業を進めることが決まった。

そして、98年10月の東京から今年2月のパリまで5回の会合を重ねて、「政策宣言」と「ガイド」の2つの文書の取りまとめに当たってきた。すでに、基本理念を表した「政策宣言」は、「ISO／IEC（国際電気標準会議）文書」として最終案が固まっている。現在は、具体的なアクセシビリティの一般原則とガイドラインを「ガイド」としてまとめる作業を続けている。



菊地　眞（きくち・まこと）さん
1946年東京生まれ。慶應義塾（けいおうぎじゅく）大学大学院工学研究科修了（工学博士）。東京女子医科大講師を経て、80年から防衛医科大教授。専門は医用レーザーはじめ医用電子工学。通産省、厚生省、環境庁の審議会委員など公職多数。

国際舞台で評価される日本のリーダーシップ

――コポルコからTMBに移ることの意味は何か。

菊地　実務的には、特に変わることはない。これまで検討作業に当たってきたコポルコの高齢者・障害者WGがそのままTMBに移り、そこに新たな技術の専門家が加わる形になる。

わかりやすく言えば、これまでのコポルコでの会議では、主に文系の人たちが憲法に当たる「政策宣言」を検討してきた。ただ、より技術的にも専門知識が求められる「ガイド」作りには、もっと理系の人にも参加してもらう必要があるということだ。

――日本はこれまで提案国として主導的役割を果たしてきたわけだが、「日本はずし」にあって、かやの外に置かれる心配はないのか。

菊地　いや、決してそうはならない。各国が日本に寄せる期待はとても大きい。それは議長を務めてきた私が誰よりも実感している。実際、今回の決定についても、ISO事務局は日本側と密に連絡を取り、根回ししながら事を運んできた。その気の遣いよう

は大変なものだ。わずか1年半の間にWGを5回も開き、精力的に取り組んできた日本のリーダーシップと調整力は高く評価されていると自負している。

――肝心の「ガイド」はどのような内容になるのか。

菊地　製品・サービス・環境に関するアクセシビリティを確保していくために今後、各国・地域の政府や規格化・標準化機関などが確立していかなければならない一般原則とガイドラインを具体的に示すものだ。これまでも実効性の高い内容を目指して、マトリックス方式による文書化を試みるなど努力してきたが、TMBで作業を行うことでいっそう実践的なものに練り上げられていくと期待している。

――それがまとまる時期はいつか。

菊地　なるべく急ぎたい。日本としては早ければ来年の春から半ばまでには、最終案をISO／IECに提示したいと考えている。ガイドライン作りは「実効性の確保」を最優先課題に掲げているが、正直言って技術的にも大変難しい点が多く、最初から完璧な内容を求めても取りまとめは困難だ。不十分な点が出てくれば、その都度手直ししていくくらいの姿勢でのぞみ、何よりもスピード重視で取りまとめていきたい。

――それだけ、高齢化問題は深刻ということか。

菊地　もちろん、それもある。日本は欧米諸国を遙かに上回る速度で人口の高齢化が進んでいるが、中国やアジア諸国の高齢化はそれを上回るスピードで進んでいる。21世紀の国際貢献という意味で、日本に課せられた責任は重い。

――共用品の考え方は、いかにも「モノ作り大国」らしい発想と思うが……。

菊地　何より素晴らしいのは、日本がそうした独自コンセプトを提唱したことだ。米国生まれのユニバーサルデザイン、欧州生まれのデザイン・フォー・オール、それぞれ同様なアプローチを工夫していたわけだが、世界的に人口の高齢化が問題になる中でタイミング良く、サービス、ソフト面を含めて国際標準作りを提案したのが、他ならぬ日本だった。

■高齢者・障害者ＷＧの開催経緯

第１回	1998年10月19～20日	東京
第２回	1999年2月8～9日	ジュネーブ
第３回	1999年5月14～15日	ベセスダ（米国）
第４回	1999年10月1～2日	トロント
第５回	2000年2月28～29日	パリ

市場に重視される「ISO準拠製品・サービス」

――共用品推進機構は「提唱者」あるいは「先駆的推進者」として、誇りを持って協力してきた。

菊地　E＆Cプロジェクトという市民グループが進めてきた運動である点が、特に意義深い。民間団体としてはこれまで唯一、オブザーバー格で参加してこられたが、今後も引き続き機構から参加されると聞き、心強く思っている。

――産業界ではISOへの関心がとても高い。共用品の国際規格は今後、品質管理の「9000」シリーズや環境対策の「14000」シリーズのように発展していくことになるのか、最後にうかがいたい。

菊地　当面はそこまでは考えられてはいない。今回の「ガイド」はいわば中位概念で、細かい製品分野ごとの個別規格に踏み込むところまではいかない。ただ、将来的には可能性はあり、さらに「14000」などのように事業所単位で認証していく方向もあり得るだろう。いずれにせよ、ISOの規格ができれば、それに準拠しないような企業、製品・サービスは市場から相手にされなくなることは確かだろう。

――TMBの初会合は近く開催と聞いている。

菊地　早ければ6月にもISOの本部があるジュネーブで開かれる予定だ。私も準備を進めている。

■次号（7月15日発行予定）のご案内

99年度市場規模調査を速報
「共用品ショップ」を特集

『インクル』は次号で創刊から丸1年、第7号となります。おかげ様で、この妖精は小さいけれど、スクスクと育っていると実感しています。

次号では、99年度の共用品市場規模調査の概要を速報します。特集は「流通が動き始めた――台頭する共用品ショップ」と題して流通の最前線をルポいたします。ご期待ください。

シリーズ・Kyoyo人

第3回

長島　純之さん

(㈶共用品推進機構評議員)

1933年　東京生まれ。
1956年　東京芸術大学美術学部卒業。日本ビクター㈱に入社。デザイン部長、理事P＆Sセンター長を経て、
1992年　日本インダストリアルデザイナー協会（JIDA）事務局長に就任（～98年）。
2000年　逝去。享年66歳。
E＆Cプロジェクト副会長（91～99年）、㈶共用品推進機構評議員（99年）。88年から8年間、東京芸術大学デザイン講座で非常勤講師を務めたほか、毎日工業デザイン賞課題賞など受賞多数。

Ｅ＆Ｃプロジェクト創設以来ずっと副会長を務め、㈶共用品推進機構になってからも評議員として共用品の普及に尽力された長島純之さんが３月11日、ガンのため東京・小金井の聖ヨハネホスピスで亡くなられた。昨年夏、告知を受けながらも衰えぬ闘争心で病と闘い、ホスピス入院後も旺盛な研究心で自らの「被介護体験」を冷静に分析されていた。本稿は１月に同ホスピスで行ったインタビューに依っている。やむを得ない事情で掲載が遅れ、遂に長島さんご本人のお目にとまる機会を失ったのは痛恨の極みである。が、あえて追悼記事にはしない。生前のお約束通り、本欄の通常スタイルで「Kyoyo人・長島純之さん」をご紹介する。

「ホスピスに入ってみて、いかにソフト力が大事かがわかった。これは高齢社会を支えるトータルな環境についても言えることだろう」

床も、壁も、テーブルやいすも、すべてが温もりのある木でできている聖ヨハネホスピスのロビーで、長島さんはこう力説した。ここでのあらゆる体験を、工業デザイナーの目線で楽しみながら点検しているようにすら見える。「杖も買ったし、歩行器も使いましたよ。2本足と3本足とでは全然違うんだ」「リフト浴ももう体験しました。それほど怖いものではないですよ」と、よどみなく解説は続く。

§　§　§

E＆Cプロジェクトでは副会長として、同窓の先輩であり、JIDAでもコンビを組んでいた鴨志田厚子会長を支えた。とりわけ草創期には、組織マネジメントの面で、年若い星川安之事務局長を支援した。1メンバーとしては、高齢者班の立ち上げに関わったことが忘れられない。

「高齢化問題は誰にとっても、他人事ならぬ、『自分事』。自分の体が劣化していく厳粛な事実をどう受け止めるか、1人ひとりが直視していかなければならない」

共用品推進機構の今後の課題を尋ねると、即座に「若いメンバーを増やし、新しい血をどんどん入れる必要がある」ときっぱり。それと同時に、「古くからいる人の経験や知識も活かさないともったいない」と、バランス感覚は決して失わない。

「財団として日本のため、世界のために活動を推進する中で、個々のメンバーは等身大でやりたいことをやる。この姿勢が何より大切だ」

目前に迫った21世紀に向けて、「あらゆる技術を技術史の中で見直し、『何が進歩か』を問い直していくことが必要になっている。財団はそんな視点の事業もしてほしい」と、最後は共用品推進機構への期待の言葉で締めくくった。

§　§　§

長島さんを一言で表す言葉は、「ダンディズム」だと思う。道子夫人がこんな話を明かしてくれた。

「葬儀後に出す挨拶文まで、自分で完璧にチェックし、その通りに旅立っていったんですよ」。合掌。

（取材と文・高嶋　健夫）

寄稿 今すぐできる「フロッピー版書籍」の作り方（下）

── 販売・販促方法の工夫と課題

屋田（やだ） 悟郎（ごろう）（都市文化社編集部（としぶんかしゃ））

音声化ソフトなどでの利用を想定した視覚障害者向けフロッピーディスク（FD）版書籍の作成方法については前回に述べたが、今回は、それをどうやって視覚障害者の皆さまに販売するか、という問題についてご説明したい。

まず最大の前提として、私たちは、基本的に「FD版の価値を活字版の本自体と等価」と考えており、視覚障害者の皆さまがFD版を購入する場合も、本を購入する場合と同じ金額をいただくことを前提にこの計画を進めていた。要するに、FD版に特別な「上乗せ料金」はとらないということを最初に決めていたのである。したがって、FD版はなるべく低コストで制作する必要があった。

当初は、CD-ROM付きの本などと同じく、本そのものに物理的に付けてしまおうとも考えたが、それは製本コストなどの面から難しいことがわかった。ホームページからのダウンロードなども提案されたが、課金の問題がクリアできなかった。

＜愛読者カードとの交換で「課金」をクリア＞

結局、私たちが採用したのは、本書に付けている愛読者カードとの交換方式である。愛読者カードに「フロッピーディスク希望欄」を設け、そこに印を付けて住所氏名を記入のうえ送ってきてくれた方には、無料・送料弊社負担にてFDを送ることにしたのである。もちろん、その旨は本自体にも、愛読者カードにも表記しておく。愛読者カードの送料はもちろん弊社負担である。

この方式の利点は、FD版を入手するためには本書を購入しなければならず、課金が容易ということである。しかも、FD版を必要とする人もそうでない人も、同じ代金を支払うことになる。

例えば、視覚障害者のご家族が本書を書店などで見て、帯に記載した「FD版もあります」という文言を見て直接弊社に電話をかけてきて「FD版をください」と言われた場合なども、原則的には本と一緒にFD版を送るようにした（この場合、本を送る送料は別途負担していただくことになるが、それは直販の場合はすべて同じである。もちろん、本を一緒に送る旨はお客さまに説明し了解をいただく）。

送料を無料にしたため、FDはごく普通の封筒に入れてそのまま送っている。切手代は90円である。今までのところ破損の訴えはない。

＜視覚障害者への告知の難しさ＞

最後まで残った最も大きな問題は、実はこのFD版を出したことを、肝心の視覚障害者の皆さまに知っていただくことである。

このための手段として、1つはすでに述べたように、本書中や帯に視覚障害者向けのFD版を用意している旨を表記した。これによって、本書を手にとられた方から視覚障害者の皆さまへ本書の存在を知らせていただけると考えた。

本書中の表記とは、具体的には本扉裏の片面にFD版を用意している旨を表記し、「あとがき」の後の見開き面にFD版の申込方法を表記した。帯には表面にFD版を用意している旨のみ表記した。愛読者カードにも申込方法を表記した。

しかし、これだけでは視覚障害者の皆さまに、直接情報を届けることができない。これについては、正直なところ私たちにはほとんどなんのルートもなく、手の打てない状態だった。ただ今回は、自身視覚障害者である著者の芳賀優子（はがゆうこ）さんのルートから、視覚障害者の皆さまが参加されているメーリングリストやさまざまな媒体に取り上げていただき、結果的にそちらからの注文もかなりあった。

視覚障害者の皆さまに直接お伝えしていくルートは、今後考えていかなければならない課題の1つである。

＜違法コピー対策と情報発信が今後の課題＞

以上、FD版の制作に関して、2回にわたって作成方法と販売・販促方法を説明してきたが、最後に、今回の試みを通じて感じた今後の課題・将来の希望のようなものを挙げてみたいと思う。

・FDへの点字表記

これは、現時点では私たちに点字の知識や点字プリンターもなく不可能だったが、本来は当然あったほうがよいものと思う。

・違法コピー対策

FDのコピーは非常に簡単なので、コピーして知り合いに渡してしまえば、無料でいくらでも広めることができる。これは私たちにとっては頭の痛い問題だったが、今回は試験的な試みでもあり、特に何の対策もないまま発売した。しかし、この問題は、FD版が本格的に普及するためには、ぜひとも解決が必要なものと思っている。

・視覚障害者へのFD版の発売情報の提供

視覚障害者の皆さまへ確実にFD版の発売を知らせるのは、コスト面なども考えれば大変に難しいのが現状である。インターネット上に専門のサイトを作って、出版社側はそこへ登録さえしておけば、後は視覚障害者の側で調べて情報を手に入れることができる、そういう仕組みがあればよいと思う。もちろんインターネットではなく既存の視覚障害者向け媒体でも、同じようなことは可能かと思う。

＜1冊でも多くのFD版書籍を！＞

前回・今回と読んでいただいた方にはもうおわかりの通り、今回のFD版制作は実は完全にシロウト作業の連続で、「よくこんなもの売ってるな」と言われてもしかたがないような舞台裏である。著者の芳賀さんとも相談のうえ、「とにかくできることからやってみよう」というノリでやってしまったというのが本音なのだ。

愛読者カード

書名　弱視ＯＬ奮戦記　　私、まっすぐ歩いてます。

●本書では、視覚障害等が理由で本書を活字のまま読むのが困難な方々のために、本文のテキストデータを保存したフロッピーディスクを用意しています。
ご希望の方には、このフロッピーディスクをお送りいたします。下記の「フロッピーディスク希望」欄に○を付け、表面にお名前、ご住所、お電話番号を明記のうえ、このハガキをポストに投函して下さい（切手は不要です）。
尚、フロッピーディスクに保存されたテキストデータを視覚に障害のある方が読まれる場合、音声化・点訳ソフト等があらかじめ必要です。

フロッピーディスクを希望する

●本書のご感想をおきかせください。

●本書をお求めの動機
1.新聞広告（新聞名　　）　2.雑誌広告（雑誌名　　）
3.書店でみて　　4.人にすすめられて
5.書評（新聞名　　雑誌名　　）
6.図書目録・DMをみて　　7.その他（　　）

■『弱視OL奮戦記』の読者カードの文面

しかしながら、本書FD版の販売実績は発売後半年を経ずして本書全体の売上部数の8％程度に達している。これが多いか少ないかはまだわからないが、少なくとも私たちは、FD版と交換するために送られてくる数多くの愛読者カードや問い合わせの電話を通じて、多くの視覚障害者の皆さまのFD版に対するニーズを実感できた。

今後はできるだけ多くの自社出版物でFD版を制作していきたいと考えているし、そのための環境についても考えたいと思っている。そして、できるならば1冊でも多くの書籍でFD版が制作され、視覚障害者の皆さまにより多くの読書の機会を提供できるようになればと思っている。この原稿が、そのためのお役に少しでも立てば幸いである。

■問い合わせ先：都市文化社編集部
（TEL：03-3268-6031、FAX：03-3268-6032）

キーワードで考える共用品講座 ―― 第6講

「共用品の発展段階」

後藤（ごとう） 芳一（よしかず）（個人賛助会員、日本福祉大学兼任講師）

「共用品」の開発や普及への取り組みは、1990年代に大きく進んだ。共用品の「**普及の度合い**」や、取り組みの「**体制・内容**」と、それに対応する「**事例**」をみると、いくつかの段階を経て発展してきたことが分かる。(添え字①②③④⑤は、同様の用語が「インクル」第1～5号の本欄に既出であることを示す)。

第0段階＝「本格着手への助走段階」（80年代まで）

①普及の度合い：一部に取り組みの萌芽が見られる

②取り組み体制：先進的な個人や企業による、アイデアレベルの対応が行われていた

③取り組み内容：「**障害者機器（専用品）**」⑤の用途を汎用分野に拡大

④代表事例：眼鏡、ライター、靴べら、タイプライター、「**温水洗浄便座**」⑤

第1段階＝「取り組みの広がり」（90年代初めまで）

①普及の度合い：活用が広がり、「**共用品**」③への認知度が徐々に高まる

②取り組み体制：業界横断的な取り組みが始まる、推進のための専門組織が発足した

③取り組み内容：デザインを中心に取り組み、目的や方向性は各分野に依存していた

④代表事例：「**NTT・プッシュホンの『5』の上の凸**」（82年）、「**日本玩具協会・晴盲共遊玩具**」（90年）⑤、「**日本化粧品工業連合会・シャンプー容器**」（91年）⑤、「**E＆Cプロジェクト**」が発足（91年）

第2段階＝「コンセプトの確立」（90年代半ば頃）

①普及の度合い：事例と経験の蓄積をもとに、「**共用品の概念**」③が確立した

②取り組み体制：業界団体での取り組みが進んだ、「**共用品のJIS化**」に着手した

③取り組み内容：「**ユニバーサルデザイン**」③の意義や目的（コンセプト）が普及した

④代表事例：「**不便さ調査**」（93年～）④、「**共用品展**」（93年～）、「**家電製品協会・識別スイッチ**」（93年頃）⑤、「**ハートビル法**」（94年）②③

第3段階＝「手法の標準化（様式化）」（90年代後半）

①普及の度合い：手法の分析と体系化を経て標準化が進んだ

②取り組み体制：行政の取り組みが本格化、中核的な推進体制（法人）が発足した

③取り組み内容：共用品の「**分類と体系化**」⑤や「**統計整備**」が進み、国際標準化に着手

④代表事例：「**共用品市場規模推計**（95年度分～）」⑤、「**プリペイドカード識別のJIS化**」（96年）、「**共用品リスト**」（97年）④⑤、国際標準化に向けISOに提案・検討開始（98年）①②、「(財)**共用品推進機構**」が発足（99年）

第4段階＝「バリアフリーの『環境』が実現」（2000年頃から）

①普及の度合い：モノとサービスが連続し「**環境としてのバリアフリー化**」①が実現

②体制と方向性：中核機関が情報のハブ機能を確立、心理的なバリアが克服される

③展開への予想：教育・研修へ織り込まれる、コンセプト③と様式が進化

第5段階＝「文化として価値の軸を追加」（未来）

①普及の度合い：「**文化**」①として接客の基本仕様・マナー・日常の生活習慣に定着（マニュアルが消える）する

②体制と方向性：社会基盤として整備、国際的なネットワーク化、「**共生社会**」が実現①、ヒト以外へ拡張する

③展開への予想：社会システムやライフスタイルに「**新しい価値の軸**」①を追加する

（E＆Cプロジェクト編『バリアフリーの店と接客』〔日本経済新聞社、1999年〕に関連する記述がある）

● ニュース&トピックス　　共用品推進機構

子どもたちに届けたい「バリアフリー学習絵本」

学研とポプラ社、相次いで刊行！

「2000年は子ども読書年」。あまり聞き慣れない言葉ではあるが、耳にしたことのある人も多いだろう。昨年8月、子どもたちの読書の振興を図ることを目的に「子ども読書年に関する決議」が国会により採択されたことに由来する。

近年、子どもたちの活字離れが深刻な問題になっていることはご承知の通りである。しかし、「子ども読書年」は、ただの活字離れ防止対策ではないようだ。背景として「モノの豊かさに子どもたちの心の成長が追いついていない」ことを指摘し、子どもにとって「読書は想像力や考える習慣を身につけ、豊かな感性や情操を育むうえで欠かせないもの」としている。

♥　♥　♥

さて、そうした事情もあってか、各出版社からバリアフリーに関する子ども向けの本が続々と刊行されている。共用品推進機構も昨年、2つの大手出版社から学習絵本の監修を依頼された。日頃から「子どもたちにもバリアフリーの意味を伝えたい」と考えていたこともあり、願ってもないお話と喜んで引き受けさせていただいた。そして、いずれも今年4月に無事出版の運びとなった。

その1つが、ポプラ社の『バリアフリー ～いっしょに生きていくために』（全5巻）である。編集に当たっては「一方的に教え込むのではなく、『一緒に考え、一緒に作り上げていこう』というスタンスを貫いた」と、編集部の萩原由美（はぎわらゆみ）さん。主人公は3人の子どもたちと先生。この3人がいろいろな課題を持って社会の壁＝バリアを取り除こうと取り組み、その課題に先生がアドバイスしたり、共感したりする。「これなら、ぼく（わたし）にもできそうだ！」と、即実践できそうな内容に仕上がっている。

なお、本書の文・構成は松井智（まついさとし）さんが担当、はからずも最後の作品の1つになった。

いま1つが、学習研究社の『「バリアフリー」ってなんだろう？』（全6巻）。こちらは、障害のある人たちの不便さを知ることから一歩前に進めて、不便さが決して他人事ではないことを伝えたり、誰にでもできるバリアフリーのあり方について述べたりしている。また、この本は、開く側の角が丸くなっている。編集を担当した渡邊健二（わたなべけんじ）さんは「せっかくバリアフリーの本を作るのだから、角もバリアフリーに丸くしました」と語っている。気づきにくい小さな配慮だが、編集者のセンスに心憎さを感じた。

♥　♥　♥

「思い出の本は？」と尋ねれば、どんな人でも1冊くらいは名前をあげ、その内容について懐かしそうに語り始める。そんな時、このような教材的な本が「思い出の1冊」に選ばれることはまずない。

しかし今、こんな夢を抱いている。子どもたちが成長して「思い出の本は何ですか？」と誰かに聞かれた時、「バリアフリーの本です。今はもう当たり前になっていますが、この本が教えてくれたから、今があるのです」と、凛とした表情で答えてくれる。そんな日が早く来るように、これからも挑戦していきたいと思う。（森川（もりかわ）　美和（みわ））

それぞれの本の概要

『バリアフリー
いっしょに生きていくために』

1巻　バリアフリーを考えよう
2巻　住みよい家ってなんだろう
3巻　くらしやすい町ってなんだろう
4巻　たのしい学校ってなんだろう
5巻　ともにゆたかに生きるために

発行：ポプラ社（TEL：03-3357-2216＝編集）
監修：(財)共用品推進機構
本体価格：1万2500円（各2500円）

『「バリアフリー」ってなんだろう？』

1巻　バリアフリーの社会に！
2巻　道路や交通機関をバリアフリーに！
3巻　建物をバリアフリーに！
4巻　日用品をバリアフリーに！
5巻　心のバリアをとりのぞこう！
6巻　みんなでつくるバリアフリー！

発行：学習研究社（TEL：03-3726-8422＝編集）
監修：(財)共用品推進機構
本体価格：1万8000円（各3000円）

だれにとっても分かりやすい「封筒」

静岡(しずおか)県庁、ユニバーサルデザイン普及の一環で

静岡県（＝法人賛助会員）は今年度から、県で使用する封筒を新しいものに変更した（＝写真）。ユニバーサルデザイン普及の一環として、「県からの発送文書」であることが視覚障害者、高齢者をはじめ誰にとってもすぐにわかるように、デザイン、文字の大きさ、配色などを改良したもの。検討に際しては、高齢者や障害のある人など県民の意見も聞き、参考にしたという。

同県によると、これまで本庁の一般封筒以外はデザインは統一されていなかったため、基本デザインの統一化も今回の狙いにある。

主な特徴を見ると、まず印刷文字を大きくし、書体を太く、シンプルにして視認性を高めた。さらに、封筒左下に入る静岡県のマークを、手触りでもわかるように金型を使って浮き彫り処理している。また、発送元の部や課の名前は、印刷された県のマーク、住所の上に同じ書体、デザインのゴム印を押し、レイアウト的な統一を図るようにした。

もう1つの大きな特徴は、税金や公金関係の通知など「お金」に関わる文書については、専用の封筒を新たに作ったこと。封筒裏面のノリ代の部分の断面がギザギザの「波形」になっている封筒を使用するようにしたもので、目の不自由な人でも他の文書と区別しやすくなるように考案した。（高嶋　健夫）

■問い合わせ先：静岡県企画部ユニバーサルデザイン室（TEL：054-221-3233）

駅・交通機関をネットで調査
アクセシビリティガイド実行委員会

駅・交通機関の使いやすさをみんなで調べ、インターネットを通じて情報収集し、その結果をウェブサイト上で公開しようと、「日本列島縦横無尽――ネットで作ろうアクセシビリティガイド」というプロジェクトが展開されている。

主催しているのは、NPO（非営利組織）のアクセシビリティガイド（ACG）実行委員会（事務局長・萩野美有紀(はぎのみゆき)さん＝個人賛助会員）。

調査はだれでも簡単に参加できる。まず、ACG実行委員会のホームページで調査のポイントや注意点など確認したうえで、そのまま調査票を入手でき、結果もネットで送信できる。ファクスでも受け付けている。調査票は、特定の駅ごとに、改札口、ホームの階段、エスカレーター、エレベーター、車いすトイレ、誘導ブロック、駅員さんがいる場所などをチェックシート方式で調べるほか、駅周辺の交番、タクシー乗り場なども記入するようになっている。

全国のボランティアによって集められた調査情報は整理されたうえで同じホームページで公開していく仕組みだが、現在すでに250以上の駅の情報を掲載している。交通バリアフリー法の成立など社会環境が少しずつ整備されている中で、萩野さんは「この企画も最近は新聞やテレビにも取り上げられるようになり、浸透し始めてきた。皆さんも是非、最寄りの駅でやってみてください」と、参加を呼びかけている。（高嶋　健夫）

■問い合わせ先：アクセシビリティガイド実行委員会（ホームページURL：http://www.rei-jp.com/ACG/、Eメール：acg-info@rei-jp.com、FAX：03-5458-7931）

● ニュース&トピックス　東京会議

99年度活動報告会を開催

初のパネルセッション形式

㈶共用品推進機構の個人賛助会員で組織する東京会議（代表・吉村政昭氏）は4月22日、東京・池袋のエポック10で「1999年度活動報告会」を開催した。1年間の班活動の成果と次年度の計画などを相互に発表するもので、E&Cプロジェクト時代から毎年この時期に開いている。財団化初年度の今回は「全員参加」を重視して、初めてパネルセッション形式を採用、約100人の参加者は文化祭のような和やかな雰囲気の中で、共用品・共用サービスの現状と課題などを熱心に勉強した。

パネルセッションは、17の班がそれぞれ工夫した自由なスタイルのパネルを貼り出し、約2時間の間、説明者がその場で質問に応じたり、ディスカッションするという形式で行った（＝写真）。

続いて、不便さ把握グループ（6班）、配慮点グループ（8班）、普及グループ（3班）の3グループに分かれて、各班の班長さんによるパネルディスカッションを行った。この中では、「誰もが使いやすいATM（現金自動預け払い機）の普及に向けて、金融機関、メーカー両者への働きかけを本格化させたい」（カードシステム班）、「6月には共用品推進機構のホームページに各班のページを開設する予定」（インターネット班）など、今後の活動計画も明らかにされた。（高嶋　健夫）

事務局長だより……★星川　安之★

会議、会議に明け暮れて 1年目から2年目へ

☆……毎日が「新鮮な事件の連続」だった1年目は、多くの方々のご協力を得て無事終了。4月17日、共用品推進機は2年目に突入した。ゴールデンウイークの初日、電話の来ない（!）事務局で、少しこの1年間を振り返ってみる。

☆……まずは「会議」。これまで経験のない「理事会」「評議員会」をはじめ、E&Cプロジェクト時代の全体会議が発展した「東京会議」、2月に行った法人賛助会員向けの「活動報告会」、そして毎週金曜日の夜事務局で行われた「運営会議」と称する事務局サポート会議、さらに受託事業の委員会などを含めると、実に2.5日に1回の割合で何らかの会議が開かれた。相当な数の人たちが関わってくださったそれらの会議から、また、たくさんの共用品・共用サービスの種が生まれた。

☆……99年度の共用品の「市場規模調査」では前年の1兆1000億円から2割以上増加したことが確認できた。ISO（国際標準化機構）の「高齢者・障害者配慮設計指針ワーキンググループ」は、COPOLCO（消費者政策委員会）から、TMB（技術管理評議会）に討議の舞台を移し、いよいよ実際の規格作りが始まる。国内の委員会も「JIS化検討」「国際動向調査」はじめ、継続可能なテーマばかりである。個人賛助会員で組織する「東京会議」は、課題発見、課題解決、普及啓発の3グループ、17班に分かれ、土台作りから成果発表まで、模索しながらも着実に一歩一歩前進している。

☆……2年目は、共用品推進機構が監修した小中学校向けのバリアフリーの学習絵本シリーズ（学習研究社、ポプラ社）、朝日新聞のコラムを原作に花王情報作成センターに作っていただいたビデオ『みんなで跳んだ』など1年目の成果も材料にして、新たな人たちを加え、実践を伴う革新的な討議が繰り広げられることを願っている。（★）

☆『インクル』バックナンバーのご案内

創刊号～2000年3月号（第5号）のバックナンバーのご購読希望の方は、事務局までお申し込みください。

創刊号 1999年7月

第2号 1999年9月

第3号 1999年11月

第4号 2000年1月

第5号 2000年3月

☆『インクル』は(財)共用品推進機構の機関誌です！

世界で唯一の共用品情報誌『インクル』は(財)共用品推進機構が隔月刊で発行し、個人・法人賛助会員の皆様に郵送でお届けしています。機構では、共用品・共用サービスの普及とバリアフリー社会の実現に共に取り組んでくださる個人・法人賛助会員を募集しています。年会費は、個人が1人1万2000円、法人が1口20万円。入会申し込み・お問い合わせは、下記の事務局までお願いいたします。

☆『インクル』は共用品・共用サービスの専門情報誌です！

企業や団体などからのニュース提供をお待ちしています。新製品の発売、新サービスの提供開始、新技術の開発、展示会やイベントの開催、常設展示場の開設――共用品・共用サービスに関するニュースリリース、カタログ、パンフレット、広報誌などの資料をお寄せください。ご連絡は、事務局『インクル』編集部までお願いいたします。

また、広告の出稿もお待ちしています。『インクル』の読者は共用品・共用サービスの普及を担うオピニオン・リーダーです。出広媒体としても積極的にご活用ください。広告料金表は事務局にご用意していますので、お問い合わせください。

☆『インクル』は消費者と企業をつなぐ架け橋です！

個人からの寄稿・投稿も大歓迎。「バリアフリーサービスの素敵なお店」「心のバリアフリー体験談」「海外ユニバーサルデザイン事情」などなど、個人賛助会員の皆様はもとより、法人賛助会員の読者の方々からのご意見もお待ちしています。宛先は事務局『インクル』編集部まで。お手紙やおはがきのほか、FAXや電子メールでも結構です。

作る人と使う人の共用品情報誌
インクル 第6号
2000（平成12）年5月25日発行
"Incl." vol.2 no.6
©The Kyoyo-Hin Foundation, 2000
隔月刊、奇数月に発行
一般頒価　1部1000円
（但し、個人・法人賛助会員については、購読料は年会費の中に含まれています）

※視覚障害のある方など、墨字版がご利用できない方にはTXTファイルのフロッピーディスクを提供しています。必要のある方は、事務局までお申し出ください。

編集・発行　(財)共用品推進機構
郵便番号101-0064
東京都千代田区猿楽町2-5-4 OGAビル8F
電　話：03-5280-0020
ファクス：03-5280-2373
Eメール：jimukyoku@kyoyohin.org
ホームページURL：http://kyoyohin.org/
発行人　鴨志田厚子
事務局　星川　安之
森川　美和
橋本　英和
編集長　高嶋　健夫
執筆・協力（五十音順）　草地美穂子
小塚　通宏
後藤　芳一
長島　道子
牧内　智子
屋田　悟郎
山本　明彦
制　作　日経BPクリエーティブ
印刷・製本　光写真印刷㈱

本誌の全部または一部を視覚障害者やこのままの形では利用できない方々のために、非営利の目的で点訳、音訳、拡大複写することを承認いたします。その場合は、(財)共用品推進機構までご連絡ください。
上記以外の目的で、無断で複写複製することは著作権者の権利侵害になります。